

Página|12

- ¿Por qué Maradona encarna al héroe plebeyo perfecto?
- ¿Los hinchas aman más a los equipos o a las propias hinchadas?
- ¿Qué relación hay entre fútbol y nación?

Tres puntos de vista:

Pablo Alabarces

Norberto "Ruso" Verea

Juan Pablo Varsky

Este suplemento acompaña la edición de Página|12 del 8 de diciembre de 2008

Ciclo Café Cultura Nación

“El fútbol refleja también lo que no somos”

Pablo Alabarces, doctorado en Sociología de la Cultura e investigador especializado en culturas populares; Norberto “Ruso” Verea, ex futbolista y conductor de radio; y Juan Pablo Varsky, periodista de *Fútbol de Primera*, analizan desde tres ángulos distintos el fútbol argentino. Desde estas perspectivas surge, nítido, un fenómeno en el que coinciden: la intervención de los medios está haciendo competir la figura del hincha con la del futbolista.

Por Sandra Russo

Un académico con calle y muchos años de investigación sociológica atrás, un ex futbolista que pateó la pelota en el barrio y trae de allí su manera frontal de hacer radio, y un periodista deportivo que trabaja en la cresta de la ola televisiva del fútbol. Alabarces, Verea y Varsky participaron de las charlas de Café Cultura Nación. Hubo grandes momentos, como cuando Alabarces tiró su definición de que “Maradona es el peronismo por otros medios”, cuando Verea describió el agotamiento mental al que son sometidos los chicos en las escuelas de fútbol, o cuando Varsky explicó detalladamente cómo la hinchada de River pasó de los pungas a los patovicas. Detrás de cada una de esas ideas, anécdotas o explicaciones, latió en todo momento el interés por comprender qué tiene el fútbol, que encubre, simula y enamora tanto.


Pablo Alabarces.


Norberto “Ruso” Verea.


Juan Pablo Varsky.

Pablo Alabarces: –La facilidad del lenguaje nos lleva a decir: “A la Argentina le va a ir bien, le va a ir mal, somos buenos, somos malos” de acuerdo al resultado de la Selección. Esta ficción de que las naciones se midan entre sí a través del deporte es antigua, y evidentemente algo de atractivo tiene, considerando que los juegos olímpicos y los campeonatos mundiales son los eventos más vistos de la televisión mundial. Con todo lo que eso implica en términos económicos y publicitarios. Ya hay equipos que contratan jugadores coreanos sólo por la cantidad de camisetas que pueden llegar a vender si ese jugador hace un gol. Esto está muy lejos de la afirmación de Borges sobre el fútbol: “Nada más que veintidós personas detrás de una pelota”. Tenía razón en lo de veintidós detrás de una pelota, pero no en lo de “nada más que...”. Las compañías que sponsorean se publicitan diciendo que son hinchas de las selecciones. Las que sostienen: “Nada como el fútbol para unirnos tanto” son empresas como Coca Cola, Visa, Carrefour, Mastercard; es decir, compañías multinacionales. Por eso, creo que es bueno tratar de pensar un poco cómo es la relación entre deporte y patria. Ni los deportistas son la nación, ni una nación son únicamente sus deportistas. Sin embargo, algo pasa para que tanta cantidad de gente durante 90 minutos, o los 45 días que dura el campeonato mundial, suspenda la creencia. Esto de la suspensión de la creencia viene del teatro y significa que si uno va al teatro, por ejemplo, a ver Edipo Rey, tiene que creer que el tipo que está sobre el escenario se llama Edipo, que mató a su padre, que se acostó con su madre y que se va a sacar los ojos. Si uno no cree en eso y dice: “Ese no es Edipo, yo lo conozco, es vecino mío, no se arranca los ojos, es un truco”, el teatro pierde efecto. Con el fútbol ocurre algo por el estilo: hay que suspender la creencia. Ahí está lo que tanto atrae.

Maradona, el ídolo perfecto, y la identidad de los hinchas

Alabarces partió de una paradoja. “Pareciera que el deporte es un lugar simbólico que sirve a ciertas sociedades no para reflejar lo que son, sino para fingir lo que no son”. Otro punto de vista, que sale al cruce del más común, que indica que el fútbol es un reflejo de la sociedad. “Esto es falso. Si países como Brasil, la Argentina o Uruguay, países de la periferia del mundo, han sido campeones mundiales, es decir, naciones victoriosas, acá no hay ningún reflejo de la realidad”. Después vino el tema en el que Alabarces ha pensado mucho: el ídolo plebeyo perfecto que encarna Diego Maradona.

P.A.: –¿Por qué un tipo nacido en un suburbio de la Ciudad de Buenos Aires llegó a ser una especie de símbolo máximo de la argentinidad? Para empezar, es El Diez, y hay un valor mítico en la palabra “diez”, que significa, por ejemplo, el más alto puntaje. También se lo presenta como Dios. En torno de Maradona hay una concentración de significaciones tan poderosa que inclusive es superior a lo humano. Cuando uno veía el programa televisivo de Maradona, él les decía a sus invitados: “Somos grandes porque somos argentinos”, o “Vos dejás muy alta la imagen argentina en el exterior, todos nos conocen gracias a vos”. Ustedes deben conocer infinidad de anécdotas en las que Maradona aparece internacionalmente representando a la Argentina. Está la del médico que trabajaba en Médicos Sin Fronteras y estaba metido en el conflicto de los Balcanes, y salvó su vida por el fortuito hecho de que se había quedado en fuego cruzado y levantó un pañuelito blanco gritando: “¡Maradona!, ¡Maradona!”, y entonces los dos bandos entendieron que el tipo era argentino y dejaron de disparar. ¿Cómo se llega a esto? ¿Cómo se construye ese héroe? En torno a Maradona aparece “la ética del pobre”, que es muy fuerte en los relatos populares y deportivos. El pobre que, gracias a sus méritos, puede ascender, puede vencer con las armas del pobre (mérito, picardía, habilidad corporal) los obstáculos sociales. Están la gloria y el ciclo de la caída. La caída es algo muy usual en los boxeadores. “No hay boxeador que no caiga”, se dice, y significa que aquel que llega a la cima, inexorablemente, después cae. Esto hace de Maradona un personaje mítico perfecto. Recordemos, el héroe popular llega a la cima con la habilidad del propio cuerpo, sus propios méritos, y también su picardía. Esto aparece claramente en el Mundial ‘86 con los famosos dos goles a Inglaterra. Uno, ejemplo de la máxima habilidad; el otro, ejemplo de la máxima picardía. Esto de la picardía es muy propio de la cultura popular latinoamericana, no es universal. En la tradición latinoamericana la mano de Maradona es leída como una picardía y no como una falta. Es la tradición hispanoamericana del pícaro, la vieja literatura picaresca española del siglo XVII, que también aparece en la cultura brasileña, en la figura del malandro. Pero esta picardía para la cultura anglosajona es simplemente la violación de la norma, una incorrección. El bloque al que se enfrenta Maradona siempre es poderoso, por ejemplo, en Italia. Maradona juega en un equipo pobre del sur pobre de Italia, el Napoli, y vence a los equipos poderosos del norte rico italiano. Los escoceses sienten a Maradona como un símbolo de la oposición al poder inglés. Cuando a Maradona lo sacan en 1994 del Mundial de Estados Unidos, se produce una manifestación de protesta en Bangladesh. Maradona se opone a la CIA, a Estados Unidos, al Vaticano, a la FIFA. Si Maradona hubiera aparecido antes o después, no habría significado lo mismo. La carrera de Maradona va aproximadamente de 1976 a 1998. Es decir, transcurre en un momento en que en la Argentina todo tambalea. Maradona continúa significando siempre lo mismo. Mi hipótesis al respecto: Maradona es una especie de peronismo por otros medios, el viejo discurso nacional popular, tan fuerte, de tantas significaciones en la historia argentina. Es quizás el último símbolo plebeyo de la patria.

Hace ya quince años que hay investigadores de Ciencias Sociales, sociólogos y antropólogos, trabajando con y sobre los hinchas de fútbol. Ese trabajo, en el que interviene, le permite a Alabarces afirmar:

P.A.: –El fútbol se convierte en la única identidad posible, fuerte, eficaz para demasiada gente. Esto es muy notorio en los sectores juveniles y populares, porque ser hinchas es lo único que les garantiza colectividad y visibilidad. En nuestro trabajo encontramos que lo que el hincha más ama, lo que pasionalmente adora, es al propio hincha. Han aparecido hinchadas de las hinchadas. A eso se reduce el aguante. No importa si el equipo gana o pierde, lo que importa es que la hinchada aguante. El programa televisivo *El Aguante* en ese sentido es muy claro: lo que aparece como fundamental no es el deporte, sino las andanzas del hincha. En la vieja Argentina el fútbol era una pasión más entre otras. Una vez terminado el partido, se volvía a la vida cotidiana; a la identidad del trabajo, a la identidad política, al camino educativo, a la sociedad de fomento. Pero como decía Marx, en aquella frase magnífica, “Todo lo sólido se desvanece en el aire”.

Norberto “Ruso” Verea: los pibes están hartos

Verea empezó contando su experiencia futbolística, los saberes populares que le quedaron impregnados desde aquel tiempo, y luego, habló de la exprimidora que bate a los chicos desde los ocho años en las escuelas de fútbol, y sobre el atroz mandato, familiar y social, que cargan sobre sus hombros.

Norberto Verea: –Muchos tenemos hijos y creemos que llevarlos al equipo del barrio, a la escuela de fútbol del barrio nos libera del compromiso. O sea, sacamos a Ricardito de la calle, lo sacamos del club porque en el club hay una banda de vagos que sólo juegan a las cartas, toman *vermouth*, en fin. Ricardito está en una escuela de fútbol, y en el sacrificio del martes, del miércoles, del jueves, de llevarlo, prepararlo, lo estamos apurando. Estamos empezando a meter al chico bajo una presión que, por otro lado, tiene mucho de perverso, porque va más allá del placer del nene, es nuestro placer, es ver a Ricardito vestido de futbolista y transpolar, llevarlo bien lejos, hasta quizás jugador de primera. ¿Ustedes vieron la cantidad de chicos que dejan el fútbol a los 13, 14 años? No quieren comprometerse con algo tan pesado. Esos chicos, por lo general, tienen sus casas llenas de copas, de medallas, compitieron desde los 8, 9 años. Muchos de ellos eran: “Este llega”. Esta cosa tan terrible, ver a un chico de 8 años, acariciarlo y decirle: “Nene, cuidate, tenés un futuro”. Les hacen notas en la radio, en las revistas. Y es tan terrible esto que los gana la máquina, y estallan. Los pibes prefieren jugar en una *Play Station*, solos, encerrados en una pieza. Es tal la presión a la cual se someten a los 8 años que a los 14 están podridos de jugar. Así dejan de tener al padre que grita, que pone cara de malo, a una madre que, desaforada al costado de la línea, le pide al hijo “pegale una patada”, a un entrenador que supuestamente tendría que tener un vínculo con la didáctica, agarrándose a trompadas con el referí, a un referí que es el que tiene que impartir justicia defendiéndose a trompadas porque un padre le está pegando. ¿Cómo no se van a querer encerrar en una pieza, si se ponen la camiseta del Real Madrid y son Beckham, y si les ganan no se entera nadie? Una de las cosas que me enseñó competir fue que podía perder. Fíjense lo perverso de esto, que el mensaje que llega desde los adalides de primera división es que el segundo no existe, que el que pierde no tiene derecho a nada. Chilavert. Bilardo, hoy otra vez en la selección diciendo que del segundo nadie se acuerda. Si hay algo que mi viejo buscaba era ver cómo ser de clase media. Fue al club, pagó la cuota, veía que su hijo era criado de otra manera y en otro lugar. Nos han dicho después: tener muchos socios es un problema, no sabés lo que es contener a muchos socios. Hoy prefieren los clubes sin socios.

Juan Pablo Varsky: el margen de maniobra

Empezó muy joven a hacer periodismo deportivo en televisión. Hoy forma parte de *Fútbol de Primera*, el programa futbolístico por excelencia de la televisión de aire. Conoce desde el principio y desde el interior del proceso el cambio radical que hubo en materia de comunicación deportiva en la última década, cuando se fueron creando los actuales monopolios informativos. Sostiene que hay resquicios, nichos que se pueden aprovechar. Pero admite que en el mercado de la información, hay profesionales con poca formación.

Juan Pablo Varsky: –Entre 1994 y 1998 se creó el canal TyC Sports, el diario deportivo *Olé*, la radio La Red, los diarios aumentaron su volumen informativo, hubo canales de cable con segmentos deportivos. A mí me tocó formar parte del primer *TN Deportivo*, en 1993. Crece muchísimo la oferta informativa y acerca al fanático del fútbol no sólo al juego, sino también al mundo del fútbol, a sus detalles. Y de golpe, el partido no se juega el domingo desde las 5 hasta las 7 de la tarde. Se juega una semana completa. Cuando yo tenía 8 años, iba a comer a la casa de mi abuelo, agarrábamos el diario, escuchábamos la radio, y subrayábamos el autor del gol, poníamos un palito, por ejemplo, cuando Boca, River o Racing hacían un gol y así hacíamos el seguimiento de la fecha. Era una fiesta el domingo. Veo que hay cosas que son irreversibles. Yo creo que el hincha sabía más de fútbol antes, y que el periodista sabía más de fútbol antes. Hoy estamos mucho más informados que formados. Y en esto me incluyo en la bolsa y corro el riesgo de generalizar y pido disculpas de antemano. La revolución tecnológica provocó la brutal transformación de los medios, de los multimedios, propietarios de radios, televisión, diarios. Si uno fuera escéptico se quedaría en su casa, porque hay una dinámica implacable que, creo, alcanza a todos los medios. No es que deba entregarse dócilmente al sistema, yo creo que siempre hay un margen de maniobra. Pero, evidentemente, el paradigma del fútbol ha cambiado. Y esto tiene mucho que ver con el protagonismo que le ha dado el fútbol al hincha. Los equipos cambian de camiseta cada dos años, y tu hijo te la pide, y vos se la comprás. Y de golpe estás metido dentro de la vorágine, de la piñata. Muchas de las personas que antes veían fútbol en la cancha, hoy lo ven por televisión. Hoy el gran negocio también es que el fútbol por televisión sea más barato. A mí no me gusta el fútbol con estadios vacíos y sillones llenos. Me parece que se puede compatibilizar una fuerte presencia de la “teletaquilla” con estadios repletos. Es más, como negocio, es mucho mejor exportar un fútbol con estadios repletos.

Público: –¿Y la violencia? ¿Cómo ves que se recrea la cuestión social dentro del fútbol y cuáles son las herramientas que desde el fútbol se podrían tomar para corregir esto?

J.P.V.: –Aquí hay una violencia con un vínculo inédito en el mundo, que es la conexión política. Esto no pasó en ningún lado. En Inglaterra los *hooligans* no tenían protección política. Eran borrachos, tipos de clase media, que en su casa eran corderitos y salían a la calle y rompían todo. Y se erradicó con una política de Estado que incluyó entradas caras, reconstrucción de estadios. Se instalaron dos palabras, dos ejes, que en español quieren decir lo mismo. Son *safety* y *security*, que quieren decir seguridad. En el eje *safety* incluyeron el confort, o sea, nuevos estadios, estacionamientos, financiados con entradas más caras, y la presencia de la televisión como consuelo. Y la seguridad, *security*, con una fuerte presencia policial. Aquí, me parece que cualquier análisis tiene que partir desde la conexión política. Me refiero a dirigentes de clubes, a punteros políticos. Es distinta la violencia en el ascenso que en primera. Hoy, en primera división, la pelea está dentro de la misma hinchada. Son tres o cuatro grupos que pelean por el botín, sesenta lucas mensuales, venta de entradas, rifa de camisetas, viajes. Hoy lo tengo yo. Y mañana venís vos y me decís: “¿por qué lo tenés vos?”. Tomemos el caso de la hinchada de River. Antes de la llegada de los Schlenker y de Adrián Rousseau, estaba llena de pungas. Y estos pibes, fanáticos del gimnasio, que no toman una gota de alcohol, y hacen un culto del cuerpo, limpiaron la popular de pungas. Iba un punga y le desfiguraban la cara, y el pibe no robaba más. Una manera muy particular de impartir justicia, pero de hecho, ralearon a la popular de pungas. Eso tuvo premio: entradas, algunos fueron contratados como empleados del club. Claro, al principio era una relación más o menos de intercambio, pero llegás a ese lugar de poder y querés más. Y mañana te regalan veinte camisetas para rifar, y de esas rifas, sacás 20.000 pesos, y hay un viaje a Brasil y estás, y vamos a un mundial; hasta que de golpe otros hinchas de River dicen: “¿Y por qué ellos tienen eso y no yo? ¿Qué hicieron ellos? Los cagaron a trompadas a los pungas. Bueno, nosotros los vamos a cagar a trompadas a ellos”.



Agenda semanal



Felipe Pigna. “Camino al Bicentenario”. Martes 9 de diciembre a las 19.30. Bar L´O. Piedras 147.



César Ramón “Capullo” Medina. “El duende del corredor”. Charla y coplas. Miércoles 10 de diciembre a las 18. Club Riestra. Del Bañado 2353.



Diana Bellessi. “La poesía, ¿es la tonta de la familia?”. Miércoles 10 de diciembre a las 19. Sindicato de Amas de Casa de la República Argentina. Solís 760.

Gabriel Mariotto, María Seoane, Gustavo López, Tristán Bauer y Mario Wainfeld
Un debate sobre la ley de Radiodifusión. Martes 16 a las 19.30. Bar L´O. Piedras 147.



La programación completa de Café Cultura Nación puede consultarse en www.cultura.gov.ar



Mujeres de Café

Cristina Leiva, ama de casa de 48 años, vive en el barrio Illia, cerca del nuevo estadio de San Lorenzo. Así relata su experiencia de Café:

–Los compañeros del Club Riestra me invitaron a participar de una conferencia de Alberto Hernández y Humberto Cure, del Ministerio de Salud de la Nación. Pudimos conocer los planes de promoción de la Salud que tiene el Ministerio, pero que llevan adelante con una grave contra: los hospitales públicos ahora dependen del Gobierno de la Ciudad. También hablamos sobre la necesidad de armar grupos en los barrios que trabajen junto con los funcionarios y que sirvan para prevenir enfermedades. Esto fue lo que más me interesó.

–¿Cómo fue el debate con los funcionarios?

–Nunca me había pasado. Pudimos plantearles nuestras opiniones. Por ejemplo, había algunas Madres en Lucha contra el Paco, que pidieron que el tratamiento de las adicciones sea una prioridad. Los funcionarios prometieron ayuda.

Eva Bustos tiene 44 años, dos hijos y es empleada administrativa. Vive en Once y comenzó a frecuentar los encuentros de Café Cultura Nación invitada por una amiga.

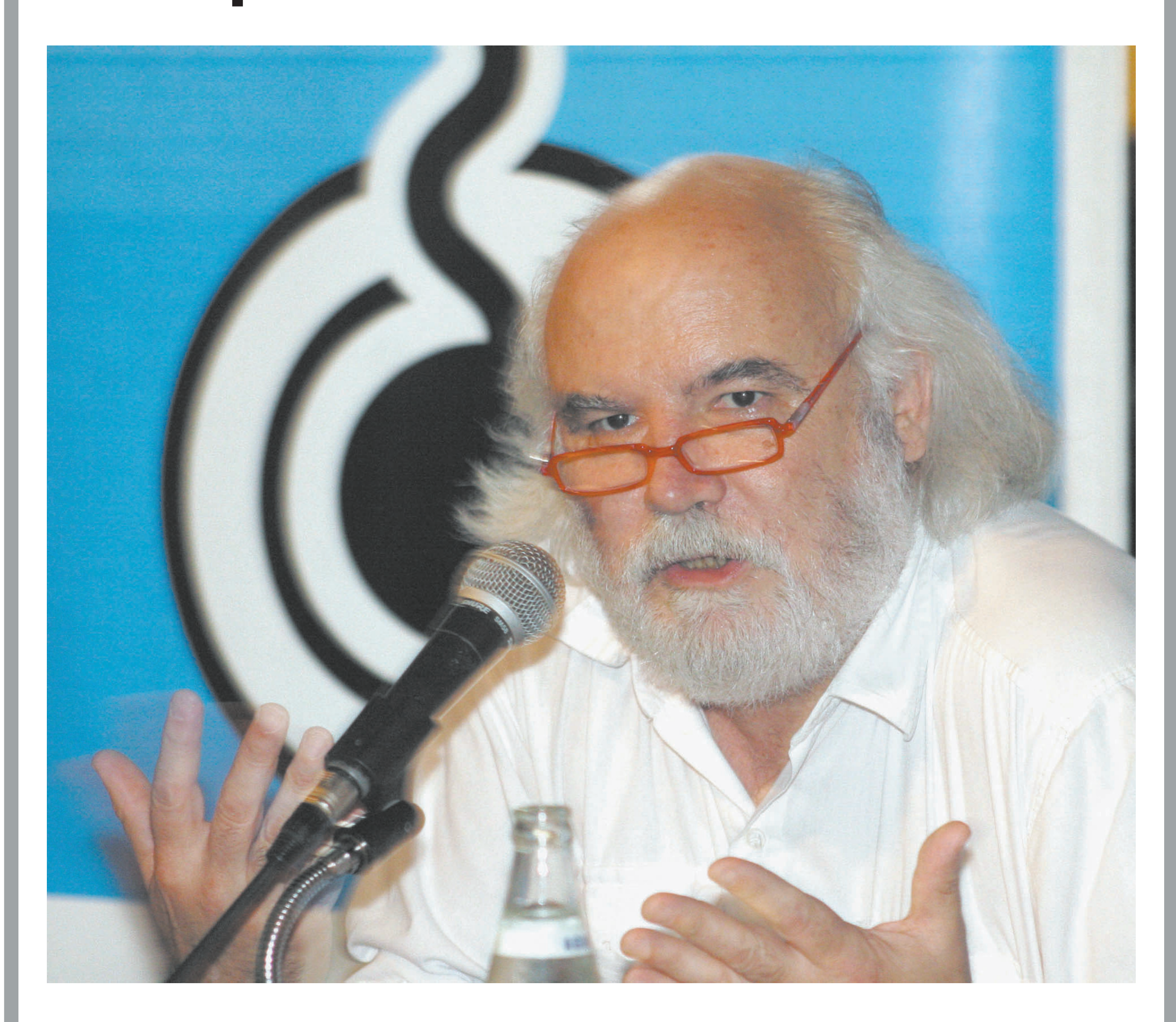
–¿En qué charlas participó?

–Estuve en los encuentros con Dora Barrancos, Sergio Langer y Mario Wainfeld. Todos me interesaron, aunque me identifiqué con el tema que trató Barrancos: las relaciones de género en la historia y las conquistas femeninas del siglo XX. Langer es un excelente narrador de la situación social del país. A los que fuimos a su charla, nos quedó claro que el humor, si no se hace para joder a alguien, no tiene sentido. Y Wainfeld fue esclarecedor: habló sobre la crisis financiera mundial; analizó los puntos fuertes y los débiles de este Gobierno.

–¿Qué aportan los Cafés a la comunidad?

–Creo que estos encuentros deben instalarse en la Ciudad como espacios para sentarse a debatir distintos temas y disfrutar de otros. Más allá del aporte cultural y social, sirven para relacionarnos con gente que comparte las mismas inquietudes. Sirven para pensar, escuchar y entender el mundo desde diferentes perspectivas.

“Cada partido de fútbol es una historia”



“¿Por qué no? –contesta Juan Sasturain cuando un joven le pregunta por qué escribe de fútbol en sus cuentos y sigue–: Siempre he tratado de fusionar las cosas que me gustan y las cosas que hago, entonces, mezclo dos pasiones: el fútbol y la literatura. Se dice que los intelectuales nunca se interesaron por el fútbol y que recién ahora lo han descubierto. Antes se suponía que a los escritores no les gustaba el fútbol, y eso no es cierto. Sí es cierto que no se escribía sobre fútbol. Ahora hay muchos que lo hacen. Tiene que ver con darse un permiso para hablar de esto que nos gusta, que nos apasiona. Me dediqué a escribir sobre fútbol precisamente porque me gusta”.

Se ve que a quienes esa tarde fueron al bar a escuchar a Sasturain, convocados por Café Cultura Nación, también les gusta hablar de fútbol. O de literatura. O de las dos cosas. “No tengo muchos libros en mi casa –dice alguien que pide el micrófono–, pero tengo uno que es una antología de cuentos de fútbol. Y hay uno de Borges y Bioy Casares. No recuerdo el título”.

“El libro al que se refiere el señor –responde Sasturain– es una antología muy linda que organizó Fontanarrosa para Alfaguara, *Cuentos de fútbol argentino,* y el de Bioy y Borges es muy divertido. Se llama *Ser es ser percibido*, una cita de George Berkeley, un idealista que dice que las cosas existen en tanto son percibidas. Y en el cuento de Bioy y Borges, el fútbol no existe, es un mero invento de las trasmisiones radiales. Además hay cuentos de mujeres, por ejemplo de Liliana Heker, que le gusta mucho el fútbol y escribe muy bien, y de Graciela Fernández Moreno”.

“Hace unos cuantos años y ciento cincuenta kilos atrás –exagera un señor que toma café– yo jugaba y era un 5 en toda la chancha. En cambio, ahora me ponen de arquero en fútbol 5 y tapo todo el arco”.

Sasturain se ríe de la humorada y cuenta: “Hace varios años, publiqué *El día del arquero*. Es una reflexión sobre por qué determinado jugador termina jugando donde juega. ¿Para qué está el arquero? Para hacer más difícil el fútbol. Una de las cosas más bonitas de este deporte es que puede terminar cero a cero y haber sido un buen encuentro de todas formas. Podés hacer deporte de la adversidad, reconociendo la debilidad y la resistencia de cada jugador. Se parece mucho más a la vida que otras actividades. Entonces, lo del arquero es una linda cosa para pensar, porque al fútbol no se juega sólo con los pies, se juega con todo menos con la mano. Fíjense esto: la habilidad que requiere no sirve para ninguna otra actividad. El poder manejar, dominar, orientar, controlar algo que es esférico, movedizo y saltarín, y ponerse la limitación de no usar las manos, es practicar una disciplina totalmente absurda, es un desafío gratuito que tiene que ver con la esencia misma del juego”.

“¿Pensás que el fútbol refleja algo de la sociedad?”, pregunta alguien más. Sasturain se explaya: “Sin duda el fútbol es parte de la sociedad. Dentro del estadio se ponen en juego valores, actitudes, lealtades. Cada partido es una historia. El fútbol es una muestra de nuestros comportamientos sociales. Se juega como se vive y se vive como se juega. Entre quienes juegan el partido, se genera una relación de rivalidad, y hay mucho del tipo de relaciones que establecemos en la vida cotidiana. Lo que uno sabe sobre fútbol lo aprende en la cancha, donde se ponen en juego derechos y virtudes: están los miserables, los generosos, los animales de buen corazón, los especulares, los mentirosos, los tramposos, los líderes. El del fútbol es un campo saludable de la opinión y de las pasiones. Crea un terreno muy propicio para la conversación, el intercambio y el reconocimiento. Lo democrático del fútbol, lo que lo ha hecho tan popular, es que es muy fácil de jugar. Es un juego elemental; se puede jugar en cualquier lado. Hay más países afiliados a la FIFA que a la ONU. Un Mundial de fútbol es el verdadero lugar universal de encuentro”.

“Contate un cuento, Juan”, pide una chica que parece disfrutar más de los relatos que de los partidos. Y Sasturain cuenta, claro. Cuenta con la misma pasión, con el mismo amor con los que habla de fútbol.

Club de tango

Tras dos meses de encuentros de debate, convocados esta vez por el arte, vecinos, abuelos y nietos del Bajo Flores transformaron la sede del Club Deportivo Riestra en una milonga.

“Tango y Tango” fue la actividad propuesta por Café Cultura Nación esa tarde. Primero, copó la pista una pareja de jóvenes bailarines, quienes, tras un despliegue de habilidad, llamaron a jugar: “¿Cuánto sabe usted de tango?”. Reconocer el tango, el autor, el intérprete o la orquesta sumaba puntos. Los abuelos humillaban. Algunas mesas se sacaban chispas. Y en eso, cartones, porotos y un bingo de tangos también muy peleado. El premio: una foto de Troilo y el aplauso de todos.

Del norte, con amor

El actor y humorista Damián Dreizik recorrió la Argentina con Café Cultura Nación. Lápiz y papel en mano, confeccionó un decálogo de insultos característicos del norte.

“Hijo de rana”, “hijo de puma” e “hijo de lora” son insultos ideados para suavizar o reemplazar las frases clásicas que todo lector sabrá reponer, consideradas demasiado fuertes para ser dichas a viva voz. Ya fuera del reino animal, “hijo de fruta” integra la misma serie. Pero, sin duda, la frase más injuriante del tipo es “hijo de cura”, de notable ambigüedad semántica.

Damas de riendas tomar

Las sociedades contemporáneas tienden a la igualdad de géneros, pero las inequidades, que las hay, las hay. “Los varones suelen cerrar listas de candidatos a las tres de la mañana, cuando una mujer sabe que al cuarto día que llega de madrugada, se divorcia”, ¿bromeó? la socióloga Dora Barrancos en el Sindicato de Amas de Casa de la República Argentina.

“La diferencia social y cultural es mucho mayor que la biológica. Las creamos a través de la cultura”, aseguró la investigadora.

Algunas propuestas para hacer las relaciones más democráticas: “Primero, hay que cambiar la subjetividad; segundo, hay que hablar; tercero, las mujeres tienen que modificar mucho la crianza de los hijos. Decir: ‘Che, vení y hacete la cama, lavá tu ropa y las zapatillas’. Son pequeñas revoluciones”.